RESUMO

Considerado por longo tempo um país de jovens, o Brasil apresenta hoje percentuais crescentes de idosos. Nesse contexto, é indispensável o debate a respeito do idadismo (*ageism*). Esta é uma forma ainda pouco discutida de preconceito baseado na idade, que ocasiona a discriminação e contribui para a marginalização e eventual exclusão social dos mais velhos. Diante desse cenário, este artigo traz uma reflexão sobre o envelhecimento, promovendo uma discussão sobre o preconceito motivado pelos estereótipos associados à figura do velho em nossos meios de comunicação, destacando sua importante função social.

Palavras-chave: comunicação; idadismo; envelhecimento; velhice; preconceito.

ABSTRACT

Brazil, for a long time considered a young country, displays increasing percentages of older people. Within this context, it is important to debate ageism. This little discussed form of prejudice based on age leads to discrimination against older people, their marginalization and social exclusion. In this scenario of changes, this paper presents a reflection on ageing, promoting a discussion about prejudice motivated by the stereotypes associated with older people in the media, highlighting their important social role.

Keywords: *ageism; ageing; prejudice; communication.*

PARA COMEÇAR

O envelhecimento da população mundial torna imperioso o debate sobre a velhice e coloca em questão o idadismo (*ageism)*, uma forma ainda muito pouco discutida de preconceito baseado na idade que ocasiona a discriminação contra as pessoas vistas como idosas e contribui para a sua marginalização e eventual exclusão social. Conforme já acontece em outras partes do mundo, mesmo no Brasil que por longo tempo foi considerado um país jovem, a representação gráfica da distribuição da população por idade já não configura uma pirâmide com ampla base de recém-nascidos, crianças e jovens e percentuais decrescente de adultos e idosos.

Diante deste cenário em transformação, não podemos deixar de refletir sobre a velhice e promover uma discussão sobre o preconceito motivado pelos estereótipos associados à figura do velho em nosso meio social.

A VELHICE COMO FATO CULTURAL

Em obra que se tornou referência, Simone de Beauvoir (1976) relata ter entreouvido no comentário de uma aluna norte-americana a palavra velha pela primeira vez associada à sua pessoa. Instigada pelo efeito perturbador da associação que considerou incômoda no vigor dos seus cinquenta anos à época, Beauvoir empreendeu minucioso estudo no qual põe em questão a naturalização da velhice como fato biológico, denuncia a ambiguidade do termo e constata ser "impossível encerrar esta pluralidade de experiências num conceito ou numa noção" (1976, p. 5). Ao defender que a velhice deve ser entendida como um "fato cultural", a autora conclamou os leitores à luta contra a "conspiração do silêncio" usada para escamotear o descaso de nossas sociedades em relação aos mais velhos.

A antropóloga Guita Debert (1999) reconhece a influência das reflexões da intelectual francesa em seu trabalho. Ao analisar as mudanças culturais em andamento no Brasil, a autora percebe que em parte devido ao envelhecimento populacional com o qual nos deparamos neste país, o idoso não está mais ausente dos discursos públicos. Entretanto, segundo argumenta:

> explicar por razões de ordem demográfica a aparente quebra da 'conspiração do silêncio' em relação à velhice é perder a oportunidade de descrever os processos por meio dos quais o envelhecimento se transforma em um problema que ganha expressão e legitimidade, no campo das preocupações sociais do momento. (Debert, 1999, p. 12)

Mirian Goldenberg (2011) também admite a influência de Beauvoir em seus estudos empíricos junto a homens e mulheres da classe média carioca para conhecer os modos pelos quais a sociedade brasileira confere sentido ao processo de envelhecimento. Sua argumentação sobre os imperativos, sofrimentos e significados relacionados com esta fase da vida privilegia a investigação das questões de gênero, do corpo como capital e os diferentes modos de perceber e experimentar a velhice em nossos dias.

Juntamente com o pensamento crítico, a complexidade do processo de envelhecimento demanda o aguçamento da sensibilidade de modo a detectar zonas negativas de conflito e angústia, ao mesmo tempo em que se possa evidenciar a positividade nas transformações operadas pelo amadurecimento e a crescente experiência de vida.

Segundo Debert (1999), levar em consideração os modos vigentes de gestão da velhice implica em procurar compreender, por exemplo, de que maneira as representações sobre o envelhecimento "rearticulam projetos de vida, trabalho e lazer de grupos em diferentes faixas etárias" (Debert, 1999, p. 12). Na crescente socialização da questão da velhice por meio de intervenções das políticas públicas e com o desenvolvimento de um campo de conhecimento especializado como a gerontologia, instaura-se de modo paradoxal o que a estudiosa denomina como a 'reprivatização da velhice', transformada em uma questão de responsabilidade individual. Para Goes (2013, p. 43) "se o indivíduo goza de saúde física, mental e financeira (...), tende a prolongar seu processo de envelhecimento com bem-estar e em paz." Para Leal (2013, p. 44),

> A velhice não é só biológica, é biográfica, cada pessoa tem a sua história de desenvolvimento que deve ser levada em consideração e 'envelhecer bem' é subjetivo, nunca será igual para todos.

Na ressignificação em curso nos modos de vivenciar e representar a velhice, os estereótipos negativos associados a esta fase da vida – os quais entre nós deram origem à expressão 'terceira idade' e eufemismos como 'melhor', 'maior' ou mesmo 'feliz' idade – são crescentemente desafiados pelo modelo positivo da velhice ativa, gratificante e jovial frequentemente associada a estilos de vida e padrões de consumo considerados adequados e que se tornaram uma exigência.

> "Meia-idade", "terceira idade", "aposentadoria ativa" são categorias empenhadas na produção de novos estilos de vida e na criação de mercados de consumo específicos. Rompendo com as expectativas tradicionalmente associadas aos estágios mais avançados da vida, cada uma destas etapas passa a indicar, a sua maneira, fases propícias para o prazer e para a realização de sonhos adiados em momentos anteriores. (Debert,1999, p. 45)

Consoante com os ensinamentos destes estudiosos, entendemos ser a velhice uma experiência multifacetada e uma categoria de referência imprecisa e dúbia. É um equívoco supor que esteja atrelada a uma suposta cronologia fixa de marcadores etários. De modo semelhante, é ingênuo tomá-la como um fenômeno natural decorrente apenas da inexorável passagem dos anos de vida.

Para além de suas determinações cronológicas, demográficas e biológicas, a velhice é uma construção sociocultural marcada por uma ampla série de fatores de ordem econômica, familiar, de gênero, de estilo de vida, para citar apenas algumas variáveis desta delicada construção. É mais do que necessário reconhecer a dimensão sociocultural da velhice. Featherstone e Hepworth (1995), chamam a atenção para os modos como os discursos sobre o envelhecimento passaram a fazer parte significativa das culturas popular e de consumo. Nesse contexto, os autores enxergam a preocupação latente na proposta do envelhecimento positivo (*positive aging*), que seria um contraponto à constatação de que nossa sociedade discrimina o velho por meio do preconceito do idadismo que aciona atitudes nas quais se mesclam condescendência e negligência em relação aos mais velhos.

A VELHICE COMO CATEGORIA IMPRECISA

Não há consenso sobre quando exatamente devemos começar a ser classificados como velhos. O Estatuto do Idoso em vigor trata dos direitos dos brasileiros em idade igual ou superior a 60 anos. Nossa Previdência Social concede aposentadoria para homens a partir 65 anos e para as mulheres com 60 anos ou mais; porém é sabido que tais parâmetros estão em permanente contestação e são alvos de renhidas

Não há consenso sobre quando exatamente devemos começar a ser classificados como velhos.

No senso comum a progressiva fragilidade que acompanha a senescência assusta mais do que a morte propriamente dita, apesar do horror que nos provoca acercar-nos de nossa própria finitude.

disputas entre instâncias diversas de nossa sociedade e governo. Evidentemente, a idade cronológica se articula com outras categorias de classificação e normatização social. Não se trata de um conceito estático, está sujeito a variadas definições de acordo com o contexto. Compreende-se assim a dificuldade de precisar, de modo definitivo, em que idade se atinge o patamar da velhice.

Aliada à imprecisão do conceito, no conjunto de signos sociais em circulação a velhice costuma ser mais comumente definida em termos de seu contrário como perda do vigor da juventude. Assim, configura-se no imaginário como um estágio de decadência, vulnerabilidade e risco. No senso comum a progressiva fragilidade que acompanha a senescência assusta mais do que a morte propriamente dita, apesar do horror que nos provoca acercar-nos de nossa própria finitude.

Sendo o valor social atribuído ao velho que se mantém jovem e ativo, a velhice raramente comparece como uma categoria de auto-identificação. Para Beauvoir, a velhice é o outro. Guita Grin Debert também chama a atenção para este fato ao constatar em suas pesquisas de cunho etnográfico que "velho é sempre o outro" (Debert, 1999, p. 29). É provável que isso se deva a uma percepção de que ao negarmos a nossa própria velhice, evitaríamos o estigma negativo e a dose de ostracismo social que estaria implícita nesta categorização.

A TERCEIRA IDADE, A MEDIAÇÃO DO CONSUMO E A JUVENTUDE COMO VALOR

Em obra influente dos anos 1980, Peter Laslett advoga a necessidade de uma compreensão mais refinada do envelhecimento – e notadamente da aposentadoria, que passa a ser ressignificada como o momento privilegiado em que se teria conquistado o direito de se dedicar a atividades voltadas mais exclusivamente para o desfrute da vida na chamada terceira idade. Nesse estudo empreendido pelo autor aos sessenta e poucos anos, Laslett propõe decompor a categoria 'idade' em seus diferentes componentes de análise. Como resultado desta operação, temos a idade cronológica, a idade biológica, a idade social, a idade pessoal e, finalmente, a idade subjetiva.

Reconhecemos que as relações entre a idade social e a idade biológica costumam ser complexas e fazem parte das disputas simbólicas que caracterizam nossas sociedades. Em relação ao descompasso por vezes experimentado pelos mais velhos entre as idades pessoal e subjetiva, recorremos aos estudos de Featherstone (1995) para quem a 'máscara da idade' é vivenciada como uma perturbadora espécie de 'traição' do corpo que se torna incapaz de corroborar a imagem mental do *self* que foi cristalizada subjetivamente como juvenil. Esse argumento nos remete à discussão mencionada anteriormente sobre a vivência do velho como outro, mesmo que este outro o seja em relação a si próprio.

Críticas feitas às análises de Laslett sintetizadas acima destacam que o autor toma como universais os padrões e costumes da classe média. Hoje se entende a terceira idade como uma categoria construída de modo mais evidente pela mediação do consumo, instância que nomeia o nosso tempo como a era do consumo (Alonso, 2005). As múltiplas inter-relações entre comunicação e consumo caracterizam a experiência contemporânea constituem um instigante e vigoroso campo de estudos.

Nesta prevalência das dinâmicas do consumo na esfera social, tem-se o esfumaçamento dos limites que tradicionalmente separavam e, simultaneamente, caracterizavam as etapas da vida e fixavam padrões identitários e de comportamento que seriam apropriados para cada etapa. Hoje temos uma situação na qual predominam os estilos de vida selecionados segundo padrões e preferências de consumo. Neste ideário, a juventude se apresenta como um valor a ser mantido e exibido – em qualquer idade. No ordenamento social promovido pelas lógicas de consumo, constata-se que "a promessa da eterna juventude é um mecanismo fundamental de constituição de mercados de consumo" (Debert, 1999, p. 33).

Na segmentação operada por este mercados de consumo, utiliza os 50 ou 55 anos como idade de corte para classificar o consumidor como idoso. Parece problemático pretender englobar em um só estrato a enorme diversidade de perfis de comportamento entre indivíduos de 50, 60, 70, 80, 90 anos – incluindo-se ainda os centenários, que já não são tão raros entre nós. Na ressignificação dos modos de vivenciar e representar a velhice como 'melhor', 'maior' ou mesmo 'feliz' idade, sugere-se o modelo da velhice ativa e gratificante contra os arraigados estereótipos negativos comumente associados à velhice. Este modelo positivo é associado a estilos de vida baseados no consumo de certos bens e serviços.

Nas individualizadas e flexíveis formações identitárias que caracterizam a atualidade, prevalece de um modo geral o ideário do "envelhecer bem" associado ao manter-se ativo, bem disposto – e jovem. No binarismo normativo e hierárquico entre velhos e não-velhos que permeia a construção social da juventude como padrão desejável, os jovens estão associados a atributos como saúde, jovialidade e beleza. Para os mais velhos, reservam-se as conotações desagradáveis como a fragilidade física e/ou mental na senescência e a incapacidade de cuidar de si próprio.

Nesta concepção hipertrofiada de juventude como valor, este é um atributo a ser preservado em qualquer idade. O envelhecimento passa a ser visto como algo contra o qual se torna imperioso lutar. Saúde, boa forma física (*fitness*) e beleza formam um todo indissociável que fundamenta a noção de bem-estar e movimenta sobremaneira as dinâmicas do consumo. Especialmente no que diz respeito à aparência, e mais diretamente em relação às mulheres, não combater os efeitos do tempo e 'deixar-se envelhecer' se confunde com lassidão moral. Apesar de frequentemente serem bem-intencionados, os esforços para manter o envelhecimento 'bem-sucedido' podem se transformar em insensatez e tirania.

Mais recentemente, o interesse no potencial de consumo do público mais velho enseja certa profusão na mídia de imagens positivas da velhice. Como se viu, essa fase da vida é frequentemente alardeada como um período gratificante, a "terceira" e "melhor" idade. Por estarem livres do trabalho e da criação dos filhos, poderiam enfim dedicar-se aos cuidados pessoais – comumente relacionados às diversas tecnologias do rejuvenescimento, aliadas ao vestuário e acessórios da moda – e a projetos longamente adiados tais como viajar ou aprender sobre vinhos, por exemplo. Em geral essas imagens apresentam indivíduos de meia idade em excelente forma física, aparentando desfrutar de um estado perpétuo de puro deleite.

Nesse tipo de estratégia criativa das narrativas do consumo, são frequentes as alusões às gratificações e prazeres da socialização, o que não raro inclui os relacionamentos amorosos entre pessoas maduras. Entra em cena o que Debert e Brigueiro (2012, p. 37) denominam como a "erotização da velhice", sendo a sexualidade "um dos pilares do *envelhecimento ativo*, modelo de gestão do envelhecimento mais generalizado no mundo contemporâneo" (grifo no original).

OS *BABY BOOMERS* ESTÃO ENVELHECENDO

Nascida no pós-Segunda Grande Guerra, a geração *baby boomer* compreende contingentes de indivíduos hoje septuagenários e sexagenários. O estudo da construção social dos modos de ser e de doar sentido às diferentes etapas do ciclo da vida adquire especial significado quando se focaliza uma geração que de certa forma fundou um modelo de juventude até hoje considerado emblemático. Trata-se de uma geração que protagonizou transformações históricas em nossa sociedade. Goldenberg (2011) descreve esta geração como sendo composta por

> [...] homens e mulheres que passaram por importantes mudanças na sociedade ou mesmo tiveram participação ativa nelas, tais como o movimento feminista, as mudanças no comportamento sexual, os novos modelos de casamento e de família, a entrada maciça das mulheres nas universidades e no mercado de trabalho, o uso da pílula anticoncepcional, a vivência de terapias psicológicas e psicanalíticas, o movimento da contracultura, a lei do divórcio, entre tantas transformações que ocorreram nos anos 1960 e nas décadas seguintes .

Alinhados com esta perspectiva, Featherstone e Hepworth (1995) salientam que não seria razoável que os jovens frutos destas intensas transformações envelhecessem segundo os mesmos padrões das gerações que os antecederam. Os protagonistas da cultura jovem – dos movimentos de contracultura e também contemporâneos da massificação do consumo – trariam para a maturidade estilos de vida marcados pelo presenteísmo e individualismo que de certo modo caracterizam o contemporâneo.

Como ressaltam os autores, trata-se de

> [...] uma crescente sensibilidade por parte dos negociantes acerca dos potenciais novos mercados constituídos pela vida na meia idade e além. [...] Na sociedade contemporânea, não são apenas os mais jovens que são encorajados a desenvolverem um interesse na moda, nos modos de apresentação de si e na construção e reconstrução das expressões do *self* por meio de estilos de vida individualistas através dos bens de consumo, mas também aqueles acima dos 50 anos (Featherstone e Hepworth, 1995, p. 32-33, tradução livre)[1].

1 No original: *An important force behind the emergence of popular images of positive aging, the 'ageing industry' (...) is a growing sensitivity on the part of merchandisers to the potential new market in middle and later life. (...) In contemporary society it is not only the young who are encouraged to develop an interest in fashion, presentation of self and the continuous construction and reconstruction of an individualistic self-expressive lifestyle through consumer goods (...), but over-50s as well. (Featherstone e Hepworth, 1995, p. 32-33)*

Evidentemente, esta afirmação deve ser aqui relativizada de modo a se evitar incorrer em generalizações equivocadas e injustificadas. O próprio uso da categoria geração precisa ser posto em questão de modo a se enfatizar não apenas a diversidade de estilos e modos de ser entre co-etários, como também para chamar a atenção para o estreitamento desta categoria nas atuais configurações de família que passam a coexistir com a tradicional família nuclear. A passagem de avô para pai e deste para filho e neto não é mais necessariamente tão claramente demarcada quando se pensa nos arranjos familiares em que se promove a convivência entre proles de diferentes casamentos de genitores e progenitores.

Convivemos com diferentes modelos de jovens, adultos, velhos e idosos. Ao lado do vovô austero de cabelos brancos, temos o motoqueiro tatuado que já é avô e vira pai novamente. É justamente nesta riqueza simbólica encontramos elementos para constituir a atribuição de sentidos para o envelhecimento. Conforme discutiremos a seguir, o preconceito do idadismo nem sempre comparece de modo explícito nas atitudes e discursos em relação aos mais velhos. Pode estar presente, mesmo que de modo velado, tanto na esfera cotidiana das interações interpessoais quanto nas produções midiáticas que circulam nas diversas telas.

O INSIDIOSO IDADISMO

A desvalorização do velho em nossas sociedades está diretamente relacionada com os pre(con)ceitos do idadismo. O idadismo é uma das formas insidiosas de preconceito que acarreta a discriminação por idade. Apesar de disseminado, é ainda muito pouco discutido tanto no meio acadêmico quanto nos meios de comunicação.

No rol das questões sociais que merecem atenção e apoio, a luta contra o idadismo por meio da promoção de imagens positivas dos mais velhos na mídia faz parte da agenda de recomendações da ONU para o conturbado cenário do envelhecimento da população mundial.

Ao lado do vovô austero de cabelos brancos, temos o motoqueiro tatuado que já é avô e vira pai novamente. É justamente nesta riqueza simbólica encontramos elementos para constituir a atribuição de sentidos para o envelhecimento.

Dentre as dez 'ações prioritárias' para maximizar as oportunidades para as populações que estão envelhecendo no mundo todo, o Relatório do Fundo de Populações das Nações Unidas (UNFPA)[2], documento elaborado em 2012, recomenda o

> Desenvolvimento de uma nova cultura do envelhecimento baseada em direitos humanos, com uma mudança de mentalidade e atitudes sociais relacionadas ao envelhecimento e às pessoas idosas [...]. Isto requer [...] medidas afirmativas que contestem a discriminação por idade e reconheçam os idosos e idosas como indivíduos autônomos.

As recomendações da ONU dizem respeito à luta contra o idadismo por meio da promoção de imagens positivas dos mais velhos nos meios de comunicação. Estereótipos negativos associados ao idadismo acionam atitudes nas quais se mesclam de modo inconsciente graus variados de condescendência e negligência em relação aos mais velhos – incluindo a problemática infantilização do idoso. Travestida de carinho diante da fragilidade da situação de dependência, esta forma de tratamento frequentemente dispensado por cuidadores e profissionais de saúde atinge a dignidade do mais velho ao destituir-lhe do *status* de pessoa adulta. O paternalismo condescendente frequentemente dispensado aos mais velhos pode ter como pressuposto implícito o estereótipo que realça a dependência dos mais velhos. Anita Neri argumenta que

> [...] longe de ajudar os idosos, os estereótipos compassivos podem contribuir para a criação e o fortalecimento de novas avaliações negativas e de novos estereótipos, prejudiciais aos seus interesses" (Neri, 2007, p. 38).

O desrespeito ao idoso pode ser constatado ainda em certas produções midiáticas onde sua imagem é acionada na tênue fronteira entre o humor e o escárnio. Não é incomum que o humor autodepreciativo revele o preconceito do idadismo entre os próprios idosos, que não estão imunes às mesmas pressões sociais que constituem significados negativos em relação à velhice.

Quando todos são instados a querer ser e parecer jovens, o envelhecimento se torna um problema e seus sinais passam a ser encarados como inconvenientes. São abundantes os *reality shows* de transformação da imagem pessoal que promovem a pedagogia social do rejuvenescimento. Tampouco é infrequente nas cintilantes imagens digitais de celebridades, intervenções estéticas que desafiam a prudência e o bom senso.

2 Disponível online em http://www.unfpa.org/sites/default/files/pub-pdf/Portuguese-Exec-Summary_0.pdf. (acesso em agosto/2015).

Combater o preconceito significa desafiar estereótipos e visões arraigadas que nos impedem de celebrar a diversidade e as diferenças que nos caracterizam como seres humanos. Combatendo a discriminação fomentamos novas formas de convívio social, incluindo as interações baseadas no respeito e na solidariedade entre gerações.

A LONGEVIDADE E AS PROPOSTAS DA ONU PARA OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO

A chamada revolução da longevidade diz respeito não apenas à comprovação de que um maior número de pessoas está vivendo mais, como também está relacionada à diminuição das taxas de natalidade vigentes. A combinação desses fatores resulta numa expansão sem precedentes das faixas etárias mais avançadas, redesenhando de modo contundente a pirâmide demográfica mundial.

Os dados projetados pela Organização das Nações Unidas revelam que a proporção de pessoas com 60 anos ou mais em todo o mundo irá duplicar nas próximas décadas, devendo alcançar a marca de dois bilhões até 2050. Dentre os idosos, a faixa populacional que mais cresce é aquela que compreende os indivíduos acima de 80 anos. Tendo sido contabilizados em 70 milhões no ano 2000, estima-se que venham a quintuplicar ao longo da primeira metade deste século.

Frente aos enormes desafios representados por essas projeções, no intuito de chamar a atenção para a temática e auxiliar na elaboração de políticas públicas para as populações idosas em todo o mundo, a Primeira Assembleia Mundial sobre o Envelhecimento foi convocada pela ONU em 1982. O Plano de Ação produzido neste evento elencava 62 pontos de atenção tais como saúde e nutrição, proteção de consumidores idosos, habitação e meio ambiente, família, bem-estar social, segurança de renda e emprego, educação etc.

Em 1991, adotou-se o Princípio das Nações Unidas em Favor das Pessoas Idosas. Este documento enumerava 18 direitos básicos que dizem respeito a independência, participação, cuidado, realização pessoal e dignidade do idoso em nossas sociedades. No ano seguinte, a Conferência Internacional sobre o Envelhecimento consolidou o Plano de Ação e recomendou que a Assembleia Geral da ONU declarasse 1999 como o Ano Internacional do Idoso.

Com o tema 'Sociedade para Todas as Idades', o Ano Internacional do Idoso gerou reflexões em torno de quatro áreas principais: a) desenvolvimento pessoal ao longo da vida; b) relacionamentos entre gerações; c) as inter-relações entre envelhecimento populacional e desenvolvimento; d) a situação dos idosos.

Em 2002, a Segunda Assembleia Mundial sobre o Envelhecimento ocorreu em Madri. Neste encontro foi produzida uma Declaração Política e um Plano Internacional de Ação sobre o Envelhecimento, que ficou conhecido como o 'Plano de Madri' e funcionou como um marco para todas as diretrizes subsequentes. Em 2013, o Secretário Geral das Nações Unidas renovou o apelo para "garantir a integração social das pessoas mais velhas e que a promoção e proteção de seus direitos forme parte integral da agenda de desenvolvimento em nível nacional e global"[3].

O Plano de Madri[4] entende o envelhecimento populacional como base para o desenvolvimento social no futuro. Chamando a atenção para a necessidade de se fomentar a pesquisa sobre esta temática, recomenda-se a elaboração políticas públicas voltadas para a inclusão social do idoso e a promoção oportunidades para o desenvolvimento de um mundo menos desigual no que tange ao respeito aos mais velhos. O objetivo é articular a questão do envelhecimento nas iniciativas de promoção do desenvolvimento econômico e social, bem como na agenda dos direitos humanos. A dimensão pública da velhice demanda uma série de orientações e intervenções por parte dos aparelhos de Estado e organizações públicas e privadas. As recomendações priorizam três aspectos: a) a participação dos mais velhos no processo de desenvolvimento; b) a promoção da saúde e bem-estar na velhice; c) a criação de ambiente propício e favorável.

Nesse último quesito, as recomendações se voltam para a participação do idoso no desenvolvimento social e propõem uma maior cooperação entre países desenvolvidos e em desenvolvimento com o objetivo de garantir que possam ser cumpridas as metas estabelecidas na 'Declaração do Milênio'[5] em relação à erradicação da pobreza no mundo globalizado. Reconhece-se ainda, neste aspecto, a necessidade de promover uma sociedade mais inclusiva e coesa para homens e mulheres; crianças, jovens e pessoas mais velhas.

O Plano de Madri enfatiza a luta contra a discriminação e o preconceito em relação ao idoso. Dentro da Orientação Prioritária Três ('Promoção de ambiente favorável e propício'), interessa mais de perto à pesquisa o Tema IV – 'Imagens do Envelhecimento'. No conjunto de Medidas propostas para promover o reconhecimento público das contribuições e atributos dos mais velhos, o Plano confere aos meios de comunicação um papel de destaque conforme pode ser constatado na seleção apresentada a seguir:

3 Trecho citado no documento World Population Ageing 2013, ONU. http://www.un.org/en/development/desa/population/publications/pdf/ageing/WorldPopulationAgeing2013.pdf (acesso em fev/2017).

4 Versão em português disponível em http://www.observatorionacionaldoidoso.fiocruz.br/biblioteca/_manual/5.pdf (acesso em fev/2017).

5 Fruto de Resolução da Assembleia Geral das Nações Unidas assinada no ano 2000, esta Declaração estabelece um pacto de cooperação internacional em torno dos seguintes valores fundamentais: liberdade, igualdade, solidariedade, tolerância, respeito à natureza, responsabilidade compartilhada. Disponível em http://www.un.org/millennium/declaration/ares552e.htm (acesso em fev/2017).

d) estimular os meios de comunicação a transcender a apresentação de estereótipos e ilustrar a diversidade plena da humanidade;

e) reconhecer que os meios de comunicação são precursores da mudança e podem atuar como fatores de orientação na promoção do papel que toca aos idosos nas estratégias de desenvolvimento, (...);

f) facilitar as contribuições de homens e mulheres idosos na apresentação de suas atividades e preocupações por parte dos meios de comunicação;

g) estimular os meios de comunicação (...) a evitar a discriminação por razão da idade (...) e apresentar imagens positivas de pessoas mais velhas"[6].

6 Plano de Madri, p. 71

As transformações em curso na composição populacional e a consolidação da gerontologia contribuem para situar a velhice no debate público e promover a disseminação de novas imagens positivas do envelhecimento no campo social.

Produtos de complexos processos afetivos e social-cognitivos, "as atitudes em relação à velhice são socialmente aprendidas ao longo de toda a vida" (Neri, 2007, p. 35). Esta aprendizagem se dá pela experiência direta da vivência da própria velhice e/ou de modo indireto por meio da convivência com idosos nas diversas esferas sociais. Variadas modalidades de experiência simbólica também concorrem para este tipo de aprendizagem – daí o papel importante dos meios de comunicação na produção de sentidos.

Sem descurar do viés ideológico, compreende-se que o discurso midiático participa da constituição do imaginário social ao produzir uma carga afetiva que matiza nossas interações no mundo. Reconhecendo o papel ativo do receptor da comunicação, e o caráter dialético da conformação social dos discursos, entendemos que os discursos sobre o envelhecimento acionados pelos meios de comunicação participam da construção social dos padrões identitários e estilos de vida no contemporâneo.

PARA CONCLUIR

Diferente de outras épocas em que rígidas normas sociais ditavam os modos de ser em cada idade, o embaralhamento de referências resulta hoje em arranjos identitários diversos e por vezes transitórios. Entretanto, como vimos, para ser socialmente aceito, o velho é instado a manter mesma disposição e a aparência da sua juventude. Não há mal algum em cuidar da aparência e é louvável o engajamento em atividades que proporcionem bem-estar físico e mental. O problema começa quando a velhice passa a ser encarada como aquilo que deve ser combatido a qualquer custo. Quando a guerra contra o envelhecimento se torna um imperativo de ordem moral, fica comprometida a dignidade na velhice.

A ideia da autonomia individual para constituir a própria trajetória de vida pode ser celebrada como uma benfazeja mudança em relação aos draconianos imperativos que submetiam nossos antepassados a uma vida social marcada pelo peso da tradição. Na nova cara da terceira idade, os 70 são alardeados como os novos 50. Na cena midiática, a imagem da clássica vovozinha convive com a vovó que tem namorado – ou mesmo namorada.

Pensando nas diversas narrativas sobre o envelhecimento que nos circundam, caberia indagar até que ponto têm sido acionadas, com propriedade, outras imagens – mais diversas, menos convencionais e não obstante dignas – compatíveis com o envelhecimento em nossos dias.

A velhice é e sempre foi diversa em termos de como se dão suas vivências e expressões. Como se procurou demonstrar, são múltiplos os atravessamentos que contribuem para modular o processo de envelhecimento que, a rigor, nos acompanha ao longo de toda a vida. Vetores como gênero, classe socioeconômica, raça ou etnia, orientação sexual, afiliação religiosa, cultura familiar, regional e afins tornam problemático o estabelecimento do velho jovem como único – e paradoxal – modelo socialmente aceito como adequado e bem-sucedido.

A velhice é e sempre foi diversa em termos de como se dão suas vivências e expressões.

De modo inquietante, especula-se que em grande medida as imagens em circulação ainda se fundam nos estereótipos e contribuem para consolidar o preconceito contra os mais velhos. É preciso nuançar nossa compreensão sobre os pressupostos e preconceitos associados ao envelhecimento para que os processos de atribuição de sentidos sejam fecundados por visões que desafiam os estereótipos e associações vigentes.

Ao atentarmos nesta discussão para a dimensão sociocultural da velhice, é indispensável destacar a importância dos meios de comunicação na constituição das identidades culturais dos mais velhos e nas variadas formas de lidar com a velhice, tanto por parte dos idosos, quanto por suas famílias e outras instâncias da sociedade. Com base nesta inquietação, espera-se ter contribuído para colocar em questão essa forma disseminada e sutil de preconceito que necessita ser discutida e combatida de modo incisivo, persistente e criativo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALONSO, L. E. *La era del consumo*. Madri: Siglo XXI, 2005.

BEAUVOIR, S. *A velhice:* a realidade incômoda. S. Paulo: Difel, 1976.

BORGES, G. M.; CAMPOS, M. B.; SILVA, L. G. C. Transição da estrutura etária no Brasil: oportunidades e desafios para a sociedade nas próximas décadas In: ERVATTI, L. G.; BORGES, G. M.; JARDIM, A. P. *Mudança demográfica no Brasil no início do século XXI*: subsídios para as projeções da população. IBGE, 2015, p. 138 – 151.

BYTHEWAY, B. *Ageism*. Buckingham: Open University Press, 2001.

DEBERT, G. e BRIGUEIRO, M. Fronteiras de gênero e a sexualidade na velhice. *Revista Brasileira das Ciências Sociais*. vol.27, n. 80, 2012.

DEBERT, G. G. *A reinvenção da velhice:* socialização e processos de reprivatização do envelhecimento. S. Paulo: Edusp, 1999.

FEATHERSTONE, M. e HEPWORTH, M. Images of positive ageing: a case study of Retirement Choice magazine. In: FEATHERSTONE, M.; WERNICK, A. (Eds.). *Images of aging*: cultural representations of later life. London: Routledge, 1995, p. 29 – 47.

FUNDO DE POPULAÇÕES DAS NAÇÕES UNIDAS (UNFPA) e HELPAGE INTERNATIONAL. *Envelhecimento no século XXI*: celebração e desafio. ONU, 2012.

GILLEARD, C. e HIGGS, P. *Cultures of ageing*: self, citizen and the body. London: Pearson, 2000.

GOES, T. A velhice em novos tempos. *Revista E*. SESC-SP. Vol. 20, n. 1, 2013, p. 42-43.

GOLDENBERG, M. (Org.). *Corpo, envelhecimento e felicidade*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2011.

LASLETT, P. *A fresh map of life*: the emergence of the Third Age. London: Weidenfeld and Nicolson, 1989.

LEAL, M. G. S. Aspectos psicológicos do envelhecimento. Entrevista à *Revista E*. SESC-SP. Vol. 20, n. 1, 2013, p. 44-46.

NERI, A. L. Atitudes e preconceitos em relação à velhice. IN: NERI. A. L. (Org.). I*dosos no Brasil*: vivências, desafios e expectativas na terceira idade. S. Paulo: Ed. Fundação Perseu Abramo, Ed. SESC SP, 2007, p. 33 – 46.